

ФГБОУ ВО "Ивановский государственный политехнический университет". – Иваново, 2023. – С. 677–679.

2. Кириллова, И. Л., Закусило, Е. А. / Ребрендинг как важный элемент визуальной коммуникации // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 171–172.
3. Туэмлоу, Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М.: Астрель, 2006. – 298 с.

УДК 7.067

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙНА ПРОМО-МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИЮТОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

Ворохобко М.В., ст. преп., Ахмерова Т.Э., студ.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Аналитическое исследование посвящено социальной рекламе для информационной поддержки деятельности приютов для животных. Исследовано, какие бывают каналы распространения социальной рекламы, проанализирована актуальность остросоциальной проблемы и разработки дизайна для привлечения внимания к проблеме.

Ключевые слова: социальная реклама, приюты для животных, дизайн, социальная проблема.

Люди вкладывают большие силы в развитие науки, техники и технологий, но они совсем забывают об актуальной, острой и значимой во все времена проблеме – проблеме бездомных животных. Эта сложная и многогранная проблема, к которой необходим глубокий, системный подход, требующий определенных затрат, информационной обеспеченности, и просто человеческой доброты. Многие забывают, что мир состоит не только из людей, рядом с нами живут «братья наши меньшие», которые зависят от людей и не могут сами решать свои проблемы.

В решении этого важного вопроса может помочь социальная реклама, которая наглядно призывает всех мужчин и женщин, детей и взрослых, богатых и бедных помогать и защищать бездомных животных.

Социальная реклама – это способ передачи коммуникации, представляющий общественные интересы, целью которого является пропаганда общественных благ. Несмотря на то, что коммерческая реклама безлична, социальная реклама призвана доходить до конкретного адресата. Социальная реклама призвана привлечь внимание общества к острым социальным проблемам, гармонизировать общественные связи и отношения. Общее у этих двух видов то, что их носители и виды распространения схожи, например, реклама в печатных и электронных СМИ, реклама на транспорте, наружная реклама (баннеры, растяжки), реклама на телевидении или в Интернете и т. д.

Роль социальной рекламы в защите бездомных животных можно назвать одной из самых значимых, с ее помощью происходит информирование об этой проблеме. Не менее важными являются действия по решению этого вопроса – создание приютов, стерилизация, внимательное отношение хозяев к своим домашним любимцам. Стоит отметить те инструменты социальной рекламы и ее способы, благодаря которым обществу известна данная острая ситуация.

Для осуществления социальной рекламы служат:

- листовка – вид агитационно-политической или информационной литературы, лист бумаги с текстом и иногда с иллюстрациями. Чаще всего листовки раздают наемные работники у мест массового скопления людей (автовокзалы, рынки, магазины и т. д.), бросают в почтовые ящики или распространяют через специальные раздаточные стойки;
- баннер (транспарант) – небольшой графический блок рекламы. Баннеры размещают для привлечения клиентов, для информирования или для привлечения внимания к проблеме. Они

могу быть расположены на специальной установке у проезжей части, на здании и т. д.;

– видео-ролики – непродолжительный по времени художественно составленный видеоклип. Их показывают по телевидению или загружают в интернет. Чаще всего в ролике присутствуют изображения бездомных животных, описание их трудного существования и призыв к помощи;

– электронная почта – на электронный почтовый адрес рассылают видео-ролики, картинки, просьбы подписать петиции на тему бродячих животных.

Если сравнить эти методы привлечения внимания к проблеме, то нельзя выделить основного канала информирования. Каждый метод эффективен и необходим. Листовку можно подробно изучить, баннер виден издали, ролик обязательно вызовет сострадание, а в интернете можно за пару кликов подписать петицию о протесте отлавливания и уничтожения животных или перечислить со своей банковской карты средства в фонд защиты животных.

Для подтверждения актуальности разработки дизайна для приютов был взят пример организации выставки, прошедшей на кафедре дизайна и моды ВГТУ. Был объявлен конкурс «Как помочь бездомным животным и приютам» на создание открыток в качестве благотворительности волонтерам «Собачье отважное сердце». Участие приняли студенты разных курсов и специальностей, равнодушных к судьбе брошенных питомцев. Работы участников были предоставлены на выставке в форме плакатов и открыток (рис. 1).



Рисунок 1 – Выставка плакатов и открыток

По итогам проведения конкурса отобранные и отпечатанные открытки были переданы в руки волонтерам для их реализации в приютах и на благотворительных акциях.

Таким образом, можно утверждать, что в современное время разработка дизайна промо-материалов эффективно поддерживает осведомленность о проблеме бродячих животных и напоминает о помощи «братьям нашим меньшим».

Список использованных источников

1. Зенченко, Э. Г. Актуализация социальной рекламы для защиты бездомных животных // «Экономика и социум». ООО «Институт управления и социально-экономического развития» – 2016 – №4(23) – С.695–696.
2. Гимадинова, В. А. Социальная реклама как инструмент природоохранной деятельности: диссертация кандидата филологических наук / В.А. Гимадинова – СПб., – 2018. – С.16–17
3. Кудрявцева, А. В. Социальная реклама в решении проблемы бездомных животных / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.med-obr.info/med-organisation/thesis/sotsialnaya_reklama_v_reshenii_problemy_bezdomnykh_zhivotnykh.php?clear_cache=Y – Дата доступа: 30.03.2024.